



teledoce.com
Media Kit



teledoce.com
Media Kit

Nuestra audiencia elige el mejor entretenimiento y la más completa información, y también elige la forma más cómoda, dinámica y actualizada de disfrutarlo.

Teledoce.com es un sitio de fácil navegabilidad, dinámico y actualizado minuto a minuto, que ofrece al público la posibilidad de ver en vivo y on demand los programas de producción nacional, y la actualización constante de las noticias.



MÁS OPCIONES PARA UNA MEJOR INVERSIÓN

Teledoce.com cuenta con una variada oferta y la posibilidad de segmentar fácilmente tu publicidad. Contenidos de Telemundo y de todos los programas se complementan y combinan para que puedas disfrutar de **La Tele en la web y en las redes sociales**.

Las opciones de Teledoce.com ofrecen un magnífico diferencial para la promoción de sus productos a través de nuestra segmentación de contenidos. Información, deportes, entretenimiento, espectáculos, redes sociales, juegos, etc.

A través de nuestra nueva segmentación le brindamos una herramienta única, a la hora de efectivizar su pauta publicitaria identificando cada tipo de audiencias.

SIEMPRE INFORMADOS

Nuestra base de datos de más de 66 mil suscriptos permite que estés actualizado también con nuestros boletines en todos los dispositivos y tengas la información que quieras cuando la necesites.

La base de datos de envío de nuestro newsletter puede segmentarse según las variables de su preferencia (sexo, edad, profesión, etc.)

VENTAJAS DIFERENCIALES

- No dejes de mirar los videos de las noticias y los momentos más importantes del día en todos los dispositivos.
- Realiza publicidad a medida, sin límites y también en video.
- Podrás ver **Teledoce.com** desde cualquier parte del mundo.
- Nuestras páginas tienen hoy más de 151 mil seguidores en Facebook y más de 242 mil en Twitter.

A nuestras plataformas se suma la integración de las redes sociales, alcanzando así un espectro mucho más amplio, con la posibilidad de realizar campañas dentro de nuestros perfiles de Facebook y Twitter ajustada a las necesidades y posibilidades de cada cliente.

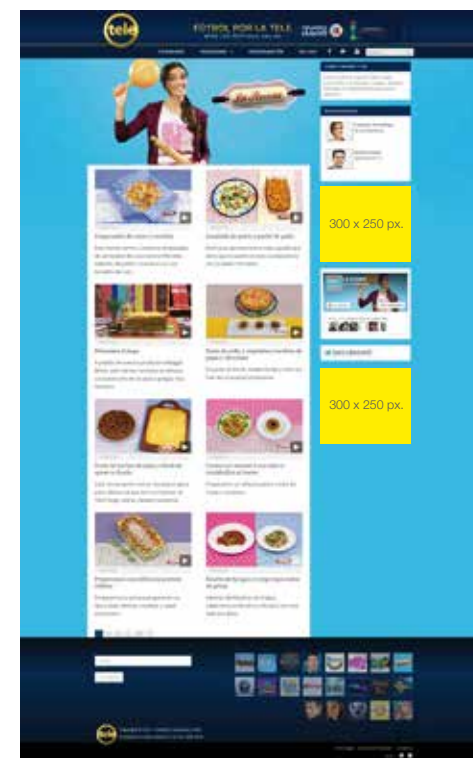
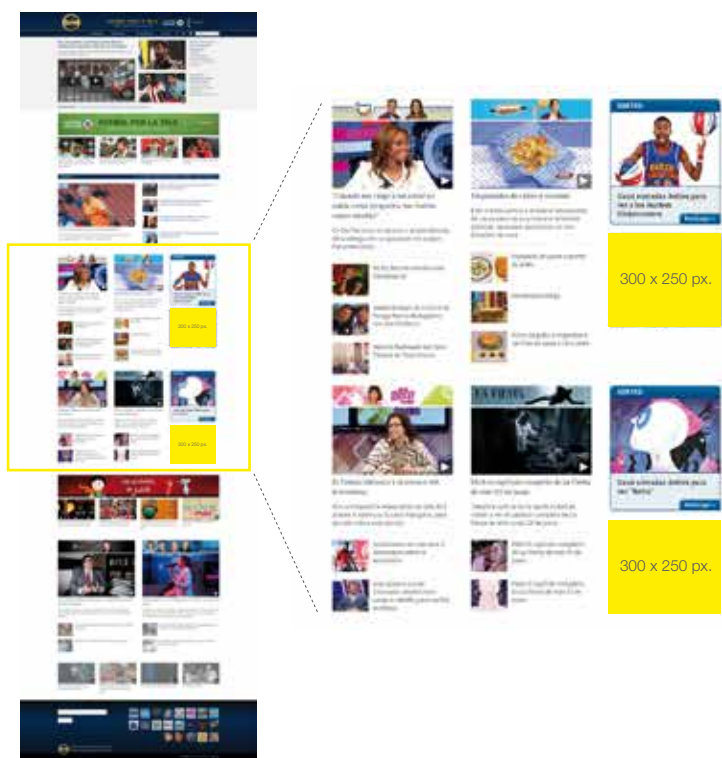


CONDICIONES

- 1** | Se debe entregar el material hasta **48 horas antes** del inicio de la pauta.
- 2** | Los banners deben **incluir los vínculos** al sitio web deseado.
- 3** | Los archivos deberán ser enviados a **vrco@teledoce.com** en las extensiones **.swf**, **.gif** y **.jpg**.
- 4** | En caso de que la creatividad esté en el formato **.swf** deberá incluirse también una versión en **.jpg**.
- 5** | En caso de que el color de fondo de la creatividad sea blanco se deberá agregar un **borde de 1px** con un color que contraste.
- 6** | **Teledoce.com no realiza cambios** en las piezas publicitarias. Si no se cumple con alguno de los requisitos establecidos se comunicará para su corrección.



BANNERS

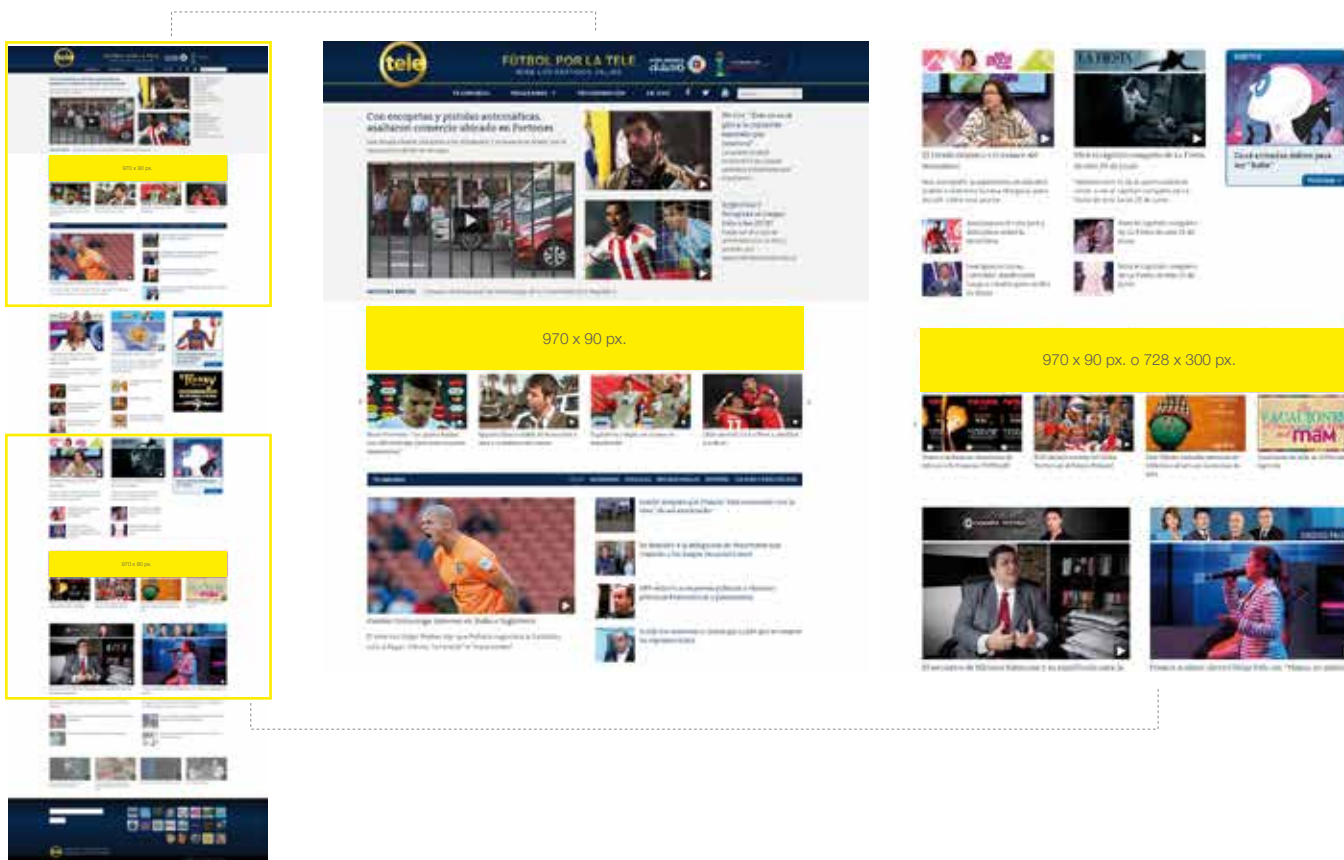


Medida: 300 x 250 px.
Formato: gif - jpg - swf.
Peso máximo: 40 Kb.
Posición: Lateral derecho.
Ubicación: Portada / Secciones / Notas.





BANNERS



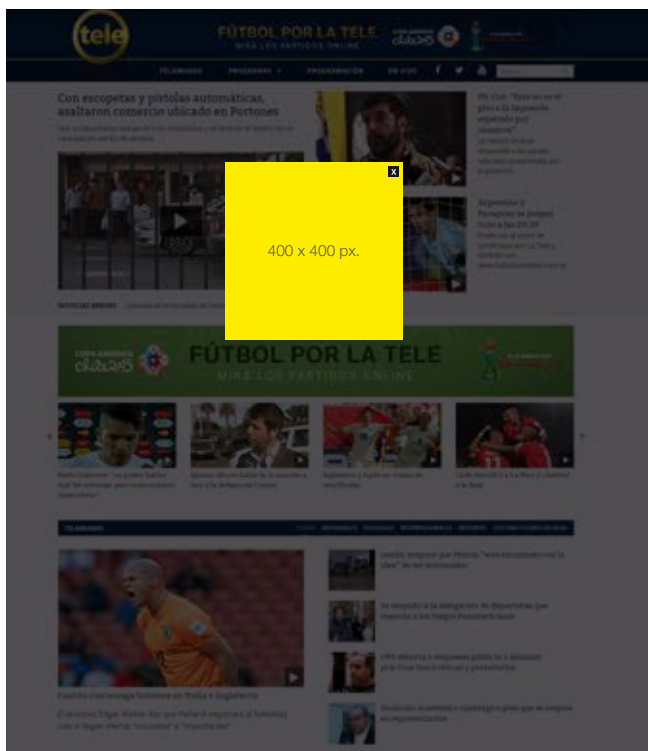
Medida: 970 x 90 px.
Formato: gif - jpg - swf.
Peso máximo: 40 Kb.
Posición: Top, Bottom.
Ubicación: Portada / Secciones / Notas.





RICH MEDIA

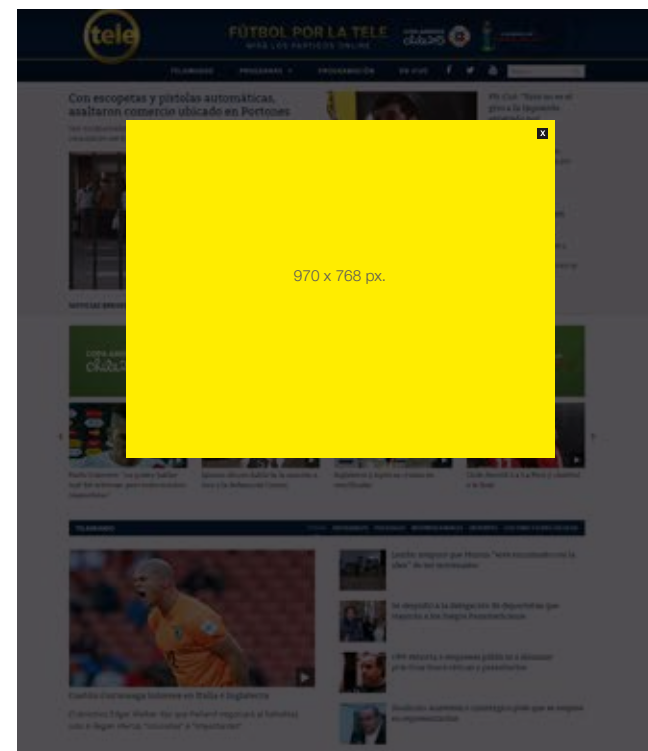
LAYER



Medida: 400 x 400 px.
Peso máximo: 80 Kb.
Controles: Botón Cerrar.
Animación: 8 segundos.
Ubicación: Portada.

SUPER RICH MEDIA

SUPER LAYER



Medida: 970 x 768 px.
Peso máximo: 100 Kb.
Controles: Botón Cerrar.
Animación: 5 segundos.
Ubicación: Portada.



SKIN LATERALES



2 Banners, izquierdo y derecho.

Medida: 100 x 900 px.

Formato: jpg.

Peso máximo: 40 Kb. c/u.

Ubicación: Portada. Secciones especiales.

VIDEO PRE ROLL

Medida: 1.280 x 720 px.

Formato: mov, wmv, avi, mpg, mp4, mpeg, 3gp e flv.

Duración Máxima: 10 segundos / skip: 5 segundos.

Peso máximo: 20 MB.

Ubicación: Videos on demand.



SITIOS ESPECIALES

Buscando colmar las necesidades dinámicas actuales, contamos con la posibilidad de desarrollar minisitios temáticos vinculados a programas y marcas.

www.futbolporlatele.com.uy





VIVÍ LA PROGRAMACIÓN
MINUTO A MINUTO

Programa			
Teledoce	249.274	383.000	37.400
Telemundo	111.046	65.500	397
Desayunos Informales	56.307	21.900	13.700
La Receta	73.615	11.300	22.000
Esta Boca es Mía	81.215	18.100	-
Master Class	16.953	1.821	5.847
Un Pique Para Rafa	7.350	15.100	2.509
Calidad de Vida	9.390	2.726	-
Americando	20.623	1.561	-
Vértigo	2.877	747	-
La Columna de la Gente	123.299	1.561	-
Sonríe Te Estamos Grabando	31.543	53.800	-
Esta es mi Familia	398	114	-



Banner

Anuncio publicitario en forma de imagen gráfica que se encuentra en un sitio web.

Banner expandible o desplegable

Tipo de banner que se expande sobre la página en respuesta a una acción del usuario, como por ejemplo pasar el mouse por encima y hacer clic.

View/Viewable ad Impression

Anuncio desplegado en el navegador, haya sido visible o no en la pantalla del usuario.

CLIC (respuesta, actuación, presión sobre el ratón)

Métrica para conocer las activaciones que hacen los usuarios en los banners o anuncios. se mide con un código llamado "click-tag".

Conversión

Porcentaje resultante de dividir el número de registros o acciones específicas entre el número de clic o visitas.

CPA (costo por acción)

Modelo de compra de publicidad interactiva. el costo publicitario está basado en la realización de una acción específicamente definida por el usuario en respuesta a un anuncio. las acciones incluyen transacciones de venta, captación de clientes, clics, etc.

CPC (costo por click)

Cualquier pago basado en el número de clics de un formato publicitario. el costo por clic (también conocido como pago por clic), es originario del sistema de enlaces patrocinados por palabras clave, el cual permite a los anunciantes pujar por posiciones en los listados patrocinados en función de palabras clave relacionadas con su negocio. el anunciante paga la cantidad que ha pujado sólo cuando un usuario hace clic en su publicidad.



CTR (click through rate)

También llamado ratio de conversión, es el porcentaje de impresiones de banners convertidas en clics. suele situarse sobre el 1%, o incluso menos.

Formatos Expandibles / Desplegables

Formatos publicitarios que se expanden o despliegan al pasar el ratón por encima de ellos o al hacer clic.

Formatos Flotantes

Anuncio que aparecen en la ventana principal del navegador encima del contenido de la página web, dando la sensación de que flotan sobre la página.

Formatos Integrados

Formatos publicitarios que se muestran en los espacios indicados en la página de un editor. véase también banners, rascacielos, botón.

Impresión Publicitaria

Anuncio enviado y recibido con éxito por el navegador de un usuario. es el soporte del comercio de publicidad en el medio internet y la unidad básica de compra y venta, normalmente, medida en miles de unidades servidas o compradas bajo las siglas cpm (coste por mil).

Impresiones Reales

Impresión verificada de un anuncio que cumple con los criterios seleccionados por el anunciante. por ejemplo: que se haya desplegado en la pantalla del usuario al menos por un segundo, en la posición seleccionada o en la geografía adecuada, entre otros.

Impresión Válida

Impresión verificada de un anuncio que cumple con los criterios seleccionados por el anunciante, por ejemplo: que se haya desplegado en la pantalla del usuario al menos por un segundo, en la posición seleccionada o en la geografía adecuada, entre otros.



Inventario Publicitario

El número total de impresiones de anuncios que un sitio web puede vender a través del tiempo. por lo general se especifica por mes.

Layer

Formato publicitario flotante que se superpone al contenido de la página y que se mueve por la pantalla.

POST-ROLL

Publicidad en formato de video que se emite después del contenido audiovisual que el usuario desea ver.

PRE-ROLL

Publicidad en formato de video que se emite antes del contenido audiovisual que el usuario desea ver.

Remarketing

Estrategia para redes publicitarias destinada a recuperar aquellos usuarios que en un momento dado hayan interactuado con un anuncio o hayan visitado una web comercial demostrando interés por ella.

Rich Media

Formato publicitario que tiene una interacción adicional al clic. los formatos rich media posibilitan una experiencia de usuario más completa a través del uso de la interactividad y el juego con elementos audiovisuales. ejemplos: mouse over, expandable, video, etc. distinto a un formato standard (sin interacción).

TAG

es la cadena de código que llama a la pieza del anuncio desde el ad server hacia el sitio donde se publicará la impresión, junto con la liga del url destino de la pieza misma.



USUARIO (user)

Se refiere a cualquier persona que está expuesta a internet como medio o como plataforma digital.

Usuario único / Visitante único (unique user / unique visitor)

Número de individuos diferentes que visitan un sitio web en un periodo determinado.

Visita

Indicador que reporta el número de veces que accede un usuario a un sitio web y/o plataforma digital en un periodo específico de tiempo.

Un usuario puede acceder al mismo sitio en múltiples ocasiones, lo que se define como visita repetida. en una visita, el usuario puede generar un número diverso de páginas vistas.

VOD (video on demand)

Modalidad de video previamente grabado que es transmitido por internet posteriormente y disponible para el usuario en el momento que lo requiera.



teledoce.com
Media Kit